

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pemanfaatan tingkat penerimaan pelanggan terhadap *online channel* dalam *pricing model* untuk DCSC, menjadi sebuah mekanisme usulan untuk menggantikan cara tradisional yang cenderung intuitif.
2. Berdasarkan pengumpulan data dari tiga macam produk yakni *craft* (kain batik), *snack* (keripik), dan *fashion* (sepatu), tingkat penerimaan pelanggan yang tertinggi adalah *snack* (keripik) dengan nilai $\rho = 0,6$. Sehingga dapat disimpulkan, masih ada beberapa produk yang memerlukan pengecekan secara fisik terutama pada produk kain batik dan sepatu. Sehingga pelanggan dapat mempercayai untuk membeli produk tersebut.
3. Dalam penetapan harga produk pada *online channel*, parameter yang berpengaruh adalah : penerimaan pelanggan terhadap *online channel* (ρ), *unit cost* (C_u), dan faktor konversi harga menjadi *demand* (β).
4. Harga jual produk yang disarankan pada *online channel* untuk produk kain batik sebesar Rp 64.284, produk keripik sebesar Rp 6.852. Harga tersebut adalah harga usulan dalam memulai *online channel*, apabila dalam kondisi nyata *online channel* dengan harga yang sama tetapi permintaan tinggi, maka tetap dijual. Namun harus memperhatikan kemampuan

produksi untuk tetap dapat memenuhi permintaan pada *online channel*

5. Produk sepatu tidak disarankan untuk memasarkan produk secara online dikarenakan nilai parameter penerimaan pelanggan terhadap *online channel* (ρ) yang rendah. Jika pemilik usaha ingin menjual pada online channel, maka harus meningkatkan ρ dengan cara: memberi informasi produk yang lebih rinci, promosi produk melalui video, membuat *size chart* sepatu agar pelanggan dapat memastikan ukurannya, dan memanfaatkan *review* pelanggan yang sudah pernah membeli.

6.2. Saran

1. *Pricing strategy* membutuhkan evaluasi secara periodik untuk memastikan strategi tersebut masih memberikan performansi terbaik bagi usaha.
2. Penambahan kondisi lain sebagai input parameter dapat menjadikan pengembangan model yang lebih menarik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiana I.D.K.R., Brahmayanti, I.A., Subaedi. (2010). Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 42-55.
- Badan Pusat Statistik. (2019). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2018. Jakarta, BPS.
- Badan Pusat Statistik. (2019). Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur menurut Lapangan Usaha 2014-2018. Surabaya, BPS.
- Cai, G.G. (2010). Channel Selection and Coordination in Dual-Channel Supply Chains. *Journal of Retailing*, 86(1), 22-36.
- Hensky P., Ani., Widodo E. (2014). Penetapan Harga pada Dual Channel Supply Chain Channel. *Jurnal Teknik*, 1-6.
- Huang, Song., Yang, Chao., Zhang, Xi. (2012). Pricing and Production Decision in Dual-Channel Supply Chains with Demand Disruptions. *Computers & Industrial Engineering*, 62(1), 78-83.
- J. Xu., X. Zhou., J. Zhang et al. (2019). The Optimal Channel Structure with Retail Costs in a Dual-Channel Supply Chain. *International Journal of Production Research*, 1-29.
- L. Ma., R. Zhang., S. Guo et al. (2012). Pricing Decisions and Strategies Selection of Dominant Manufacturer in Dual-Channel Supply Chain. *Economic Modelling*, 29(6), 2558-2565.
- Mukhopadhyay, Samar K., Zhu, Xiaowei., Yue, Xiaohang. (2008). Optimal Contract Design for Mixed Channels Under Information Asymmetry. *Production and Operations Management*, 17(6), 641-650.
- Nurmaram, P.I. (2015). Pricing dengan Mempertimbangkan Risiko Online Channel dalam Dual Channel-Supply Chain.
- Phillips, Robert L. (2005). Pricing and Revenue Optimization. *California*, G&S Book.

- Rahmania, R.A. (2015). Strategi Penetapan Harga Offline, Online, dan Reseller berdasarkan Struktur Dual-Channel Supply Chain.
- Rahmawati, F. (2015). Strategi Penetapan Harga pada Dual Channel Supply Chain untuk Produk Recycled (Studi Kasus : Rumah Duatujuh).
- S. Huang., C. Yang., H. Liu. (2013). Pricing and Production Decisions in Dual-Channel Supply Chain when Production Costs are Disrupted. *Economic Modelling*, 30, 521-538.
- Tejada, Jeffry., Punzalan, Joyce. (2012). On The Misuse of Slovin's Formula. *The Philippine Statistician*, 61(1), 129-136.
- Tsay, Andy A., Agrawal, Narendra. (2009). Channel Conflict and Coordination in the E-Commerce Age. *Production and Operations Management*, 13(1), 93-110.
- Tyas A.A.W.P., Safitri V.I. (2014). Penguatan Sektor Umkm Sebagai Strategi Menghadapi MEA 2015. *Jurnal Ekonomi*, 5(1), 42-48.
- Widodo, E. (2014). Penetapan Harga Berbasis Penerimaan Konsumen di Dual-Channel Supply Chain. *Jurnal Teknik Industri*, 15(1), 1-8.